



COMERCIALIZAÇÃO E TENDÊNCIAS ALTERNATIVAS

O caso da revista inglesa *Viz*

Nadilson Manoel da Silva

UNICAP – Universidade Católica de Pernambuco

Resumo: Este artigo trata das maneiras pelas quais a revista em quadrinhos inglesa de maior sucesso nas últimas duas décadas, *Viz*, alterou seu formato e conteúdo durante sua história para se adaptar um novo perfil de mercado e a uma grande audiência. Esta revista passou por um processo de comercialização a partir da tiragem inicial de 150 cópias na cidade de Newcastle para mais de um 1.000.000,00 de cópias dez anos depois, empregando um esquema de produção e distribuição semelhante aos produtos mais comerciais. Dessa forma, será importante discutir como a revista *Viz* se adaptou a essa nova situação. Ela conseguiu passar de um formato e temáticas semelhantes às revistas alternativas para uma publicação voltada para o mercado comercial. Argumento principal desse artigo é mostrar como o processo de comercialização afetou um produto em termos de formato e conteúdo, onde estratégias de discurso artístico tiveram que se adaptar às demandas do mercado. Isto é feito através da análise de toda história da revista buscando momentos em que houve mudanças significativas no conteúdo e formato. Essas mudanças são então relacionadas a transformações de mercado. A partir a análise da revista, torna-se claro que a compreensão dos produtos culturais não deve ser procurada apenas na análise de seu discurso interno, mas uma partir de sua posição mercado e da relação com outros produtos.

Palavras-chave: Quadrinhos para adultos – Humor – Mercado.

A revista *Viz*: a atitude punk e os quadrinhos para crianças

A revista *Viz* foi lançada em Newcastle, uma cidade industrial no norte da Inglaterra em dezembro de 1979 de dezembro. A revista foi criada de forma independente por dois irmãos, Chris e Simon Donald, que tinham 19 e 16 anos respectivamente. Vale ressaltar que a revista *Viz* não se lançou no mercado com um formato definitivo e também não utilizava um sistema de distribuição organizada. Foram impressas inicialmente 150 cópias, distribuídas de mão em mão na localidade similar aos quadrinhos subterrâneo. Este aspecto trouxe um

elemento muito importante para a compreensão do mercado para essa nova revista naquele período porque os leitores estavam sendo atraídos para uma tradição bem distante dos quadrinhos tradicionais. De acordo com Lawley (1999), eles pretendiam fazer um fanzine punk, mas foram aconselhados por uma personalidade do movimento a produzirem uma revista de humor. Criou-se então uma revista humorística que tinha uma forte sensibilidade punk.

A primeira capa da revista já trás elementos que mostram o seu direcionamento para um estilo próximo à estética dos quadrinhos alternativos. A capa é feita completamente em preto e branco e há uma justaposição de figuras como se tivessem sido fotocopiados. Uma revista com tais características lançada em Newcastle no final da década de 70 indica claramente para os leitores que eles terão em mãos um produto que lida com a tradição de quadrinhos para adultos, com temas que são pouco explorados pelos quadrinhos tradicionais. Dessa forma, os leitores teriam que dialogar com a revista a partir de referências cotidianas onde temas considerados de mau gosto e reprimidos são tratados abertamente.

Os elementos visuais na primeira capa mostram figuras grotescas como um grande 'verme' e um rato enorme que abraça uma mulher. Há também de forma destacada um homem que se assemelha a um *skinhead* que aponta a arma para um pequeno crocodilo. O pequeno crocodilo é parecido com os desenhos de animais típicos de livros de histórias para crianças, como se os autores estivessem estabelecendo um contraste entre o mundo dos adultos (representado pela atitude do *skinhead*) e o mundo puro e infantil das crianças. Nessa capa, ao mesmo tempo em que o homem aponta para o crocodilo diz para os leitores: "compre essa revista ou eu atiro no crocodilo".

Nesse momento é necessário destacar que o estilo inicial da revista não significa que os autores tinham uma intenção clara de se posicionar como um quadrinho alternativo nos moldes dos movimentos contraculturais. No caso da revista *Viz* a própria falta de estrutura econômica os levou a fazer um produto nesses moldes. No entanto, a falta de recursos não determinaria o conteúdo da revista que poderia ter escolhido qualquer tema para trabalhar. A escolha de assuntos voltados para o dia-a-dia e semelhantes aos trabalhados por quadrinhos adultos colocou *Viz* numa situação igual aos quadrinhos subterrâneos e com características parecidas as fanzines (Duncombe, 1997). A idéia de alternativo neste contexto se refere muito mais à relação ao espaço que a revista ocupa no mercado de quadrinhos do que uma clara



ideologia da contracultura. Houve um reforço dessa interpretação para os leitores e um fortalecimento do mercado para esse tipo de produto.

O conteúdo dos primeiros números reforça este aspecto através de muitas paródias de anúncios comerciais comumente encontrados na mídia. Tendo isso em mente, pode-se notar que um anúncio de um novo produto para lavar roupas se transforma em uma propaganda que joga 'merda' nas pessoas que ficam em frente da máquina e lavar, ela serve na verdade para sujar suas roupas. Nota-se que o anúncio do novo produto Azox (*Viz* 1) mostra um casal em que o homem está na frente da lavadora de roupas tendo sua roupa suja enquanto sua mulher fica preocupada com a sujeira que terá que limpar, como uma típica dona de casa. Este tipo de anúncio é um exemplo de vários outros que mostram uma posição descompromissada em relação ao mercado comercial. Ele também ressalta um dos principais aspectos da revista, que é uma inversão de tudo que é considerado de bom gosto para os valores tradicionais. Para reforçar este aspecto são utilizadas expressões típicas da linguagem de rua tais como palavrões, gírias e referências a aspectos considerados de mau gosto (vômito e merda), reforçando assim o seu perfil como uma revista que falaria a 'língua de seus leitores' como é comumente visto nos quadrinhos alternativos.

Para entender o conteúdo de *Viz* é preciso destacar a relação entre a revista e o aparecimento de subcultura de punk nos anos 70. Na ocasião em que *Viz* surgiu no mercado, o movimento punk era a cultura juvenil mais importante desde o movimento hippie. As idéias *Punk* eram poderosas o bastante para inspirar o surgimento de várias manifestações culturais produzidas pelos jovens e entre elas se destacava as revistas em quadrinhos. Esses produtos emergiram em um momento no qual as idéias da juventude pareciam ser completamente envolvidas pelo mercado comercial. O movimento punk foi visto como uma reação contra o processo de absorção produzido pelo mercado comercial. Essa atitude gerou uma forte cultura do 'do-it-yourself' (faça você mesmo) e inspiraram diretamente os dois criadores da *Viz*.

Nesse contexto a revista compartilhou a atitude punk em pelo menos dois sentidos: a) a ênfase em violência e destruição e b) a representação de vida cotidiana dos jovens da classe trabalhadora. Na realidade, não pode ser dito que *Viz* estava valorizando positivamente essa classe social, o que se deseja ressaltar é que a revista estava trazendo esse cotidiano para as suas páginas e fazendo essa realidade ser discutida por seus leitores. Uma realidade sempre

relegada a segundo plano pelos produtos da mídia agora se tornava a principal fonte de referência para esse tipo de publicação.

O aspecto carnavalesco (ver Bakhtin) está sempre muito presente desde os seus primeiros números. Algumas histórias usam elementos que se referem a partes do corpo que se identificam como repugnantes ou são alvos de repressão. Nesse sentido há uma forte referência ao ânus e aos fluidos corporais. Esses elementos são utilizados para ressaltar o ponto de vista da revista contra os temas que os autores consideram conservadores. Entretanto, o corpo não é tratado de uma maneira livre em que apenas a o prazer é ressaltado. Ele também é objeto de punição nos momentos em que os personagens são punidos por desagradarem os representantes de poder nas estórias tais como os pais, policiais e professores.

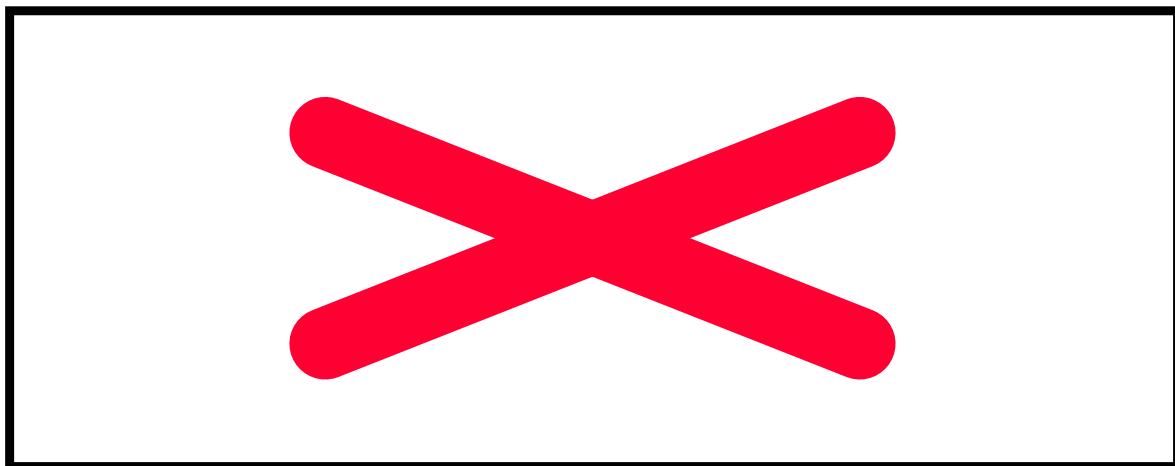
Um personagem que representa claramente esse aspecto é 'Johnny Fartpants' (Joãozinho Peidão). Ele tem um peido completamente fora de controle e muito forte, que, de acordo com ele, não há como conter. No entanto, o seu peido parece ser utilizado de forma voluntária contra os adultos que o querem de alguma forma exercer poder sobre ele. Em uma de suas estórias ele termina castigado por seus pais que o espancam na bunda, mas ele diz que não está doendo e que na verdade isso vai ajudar a criar uma proteção em torno de seu ânus. Da mesma maneira no final de outra história um policial introduz um objeto em seu ânus para puni-lo contra seu mau comportamento. Este também é o caso de 'Tommy Banana Johnson' que sempre, no fim das histórias, encontra um policial que introduz uma grande banana no seu ânus.

A revista apresenta a realidade de um modo invertido onde aspectos da vida cotidiana que normalmente são reprimidos desfrutam de total liberdade e são valorizados positivamente. O efeito de *humour* torna-se maior quando essas cenas são confrontadas com os produtos mais populares direcionados ao público infantil e que obedecem a um código de ética que bane tais referências em suas páginas.

Além de retratar as experiências de pessoas comuns, nota-se também nas primeiras revistas um diálogo freqüente com o mundo das crianças como este é retratado nas histórias em quadrinhos. Vale ressaltar que este era o momento em que a *Viz* está criando seu próprio perfil como um quadrinho para adultos e se utiliza desse contraste para enfatizar a sua diferença para os leitores. A referência à tradição de quadrinhos infantis se apresentava como

um dos elementos mais importantes para a construção do perfil da revista porque sinalizava claramente para os leitores que eles estariam abandonando a realidade infantil e entrariam agora no mundo dos adultos. O contraste entre o mundo 'limpo' das crianças e o mundo 'sujo' dos adultos foi bastante explorado com elemento de sedução de seus leitores, ao mesmo tempo em que enfatizava o perfil da revista como uma publicação alternativa.

Um claro exemplo desse contraste é dado pela paródia dos personagens Tom e Gerry em que Tom finalmente consegue matar Gerry. Na história original Tom é sempre colocado como o gato mau que persegue o indefeso Gerry. É uma luta que se repete indefinidamente e sempre leva Tom a uma situação desfavorável. Mas, de acordo com o mundo criado por Viz, há uma inversão de expectativas e Tom consegue fazer o que sempre quis. Nesta tira há uma morte simbólica da realidade que as crianças estão acostumadas e o nascimento de um mundo adulto em que nem sempre o mau é punido.



Viz 7, p. 3

Um contraste muito forte é feito entre os personagens Skinhead e Croc, o amável crocodilo. Skinhead se refere diretamente à realidade da classe trabalhadora inglesa em que, de acordo com o discurso irônico da revista, há desemprego e falta de políticas públicas que incorporem o jovem ao mercado de trabalho. Esse é o perfil de Skinhead que se revolta contra a sociedade e mata todos que encontra pela frente. Em contraste a essa situação, as primeiras capas mostram Colin completamente educado e simpático tentando falar com Skinhead, que lhe aponta uma arma para a cabeça. Nas histórias de Croc ele está sempre passeando pela

floresta e conversando com outros animais, e ao final aparece um caçador que o mata. Dessa forma a revista reforça para o leitor que tipo de realidade ele deve encontrar, onde o mundo infantil das histórias que lhe são contadas não mais obedece às mesmas regras.

É importante ressaltar que esse é o perfil da *Viz* em seus números iniciais, que duram até 1984, quando vai adquirir distribuição nacional e uma periodicidade regular. Até esse período, a influência punk, que se refletia nos temas e na crítica ao mercado, e a paródia de personagens do mundo infantil são os principais elementos que estruturam o seu discurso. A parte seguinte desse artigo discutirá quais foram as mudanças que *Viz* sofreu na medida que direcionava seu produto para o grande mercado e se transformou no maior sucesso editorial na Inglaterra de todos os tempos.

O movimento em direção ao grande mercado: sexualidade e paródia da mídia

A partir de 1985 podem ser observadas várias mudanças na revista *Viz* em termos de conteúdo, formato e forma de distribuição. Não obstante, esse artigo não está argumentando que há uma mudança brusca no seu formato. Esse foi um processo lento em que determinados temas, que já estavam presentes de forma embrionária nos números iniciais, passaram a ter uma relevância maior na revista enquanto outros foram quase abandonados. O argumento desenvolvido no artigo é que essas transformações se deram devido à mudanças no mercado e o direcionamento da revista para um público cada vez mais amplo.

O primeiro aspecto para ser enfatizado em relação ao seu conteúdo é que há uma ênfase em personagens fixos, quando inicialmente não havia uma lógica para a inclusão ou não de determinado personagem. Era muito freqüente nos números iniciais histórias que lidavam com experiências comuns de crianças tais como festa de aniversário e brincadeiras na rua. Entretanto, os personagens que retratavam esses aspectos eram bastante variáveis. Na verdade, muitos deles apenas apareciam uma única vez. Eles eram importantes para construir o perfil da revista com um quadrinho direcionada para a vida adulta em que experiências da infância eram deixadas para trás.

Quando *Viz* adquiriu distribuição nacional a ênfase dos desenhos começou a ser dado a personagens que apareciam periodicamente e com um padrão de comportamento previsível. Assim os personagens vão representar aspectos determinados da vida cotidiana de maneira

fixa da seguinte maneira: a vida dos garotos (Johnny Fartpants, Felix Amazing Uderpants e Buster Gonad and his unfeasibly testicles); a vida em familiar (a Biffa Bacon, Modern Parents and Spoilt Bastard); a vida sexual (Sid the Sexist e Fat Slags), Televisão (Roger Mellie) e o mundo do futebol (Billy the Fish). É importante ressaltar que nenhum desses personagens principais aparece na revista antes do número 12, o que não indica que esses temas não eram tratados por *Viz*. O que se quer enfatizar é que eles não eram previsíveis na forma de personagens fixos e que os temas que tratam não passavam por qualquer forma de controle como se pode observar a partir do período em que a revista adquiriu distribuição nacional. O experimentalismo da fase inicial dá lugar a um padrão previsível de personagens que se direcionam cada vez mais para sexo.

Durante o movimento para uma postura mais comercializada, *Viz* passou por três períodos principais. O primeiro período é de 1979 a 1984, que corresponde aos números de 1 a 12. Neste período, *Viz* era completamente feita em Newcastle e tinha sua distribuição limitada àquela região. O formato da revista se assemelhava aos quadrinhos alternativos. O conteúdo se concentrava na paródia de um mundo infantil e uma atitude punk. Era um discurso de desafio em que o mundo se apresentava de cabeça para baixo (Bakhtin, 1984).

O segundo período é de 1985 a 1990, números de 14 a 39. Neste período houve uma grande mudança no formato e a quantidade de páginas dobrou. A revista adquiriu distribuição nacional através da *Virgin*. Agora ela poderia ser achada em qualquer banca de revista mensalmente. Agora o seu perfil como quadrinhos adultos parecia estar resolvido *depois de alguns anos no mercado*. O terceiro período é de 1990-1996, números 40 a 69, quando *Viz* adotou uma capa mais colorida e introduziu uma maior quantidade de anúncios.

O período que seguiu à aquisição de distribuição nacional representou uma forte mudança na capa da revista que agora era em cores e se assemelhava ao formato das revistas em quadrinhos consolidadas no mercado. No entanto as páginas continuavam a utilizar papel jornal e estabelecia um contraste com as cores da capa. Em termos de conteúdo pode-se observar uma ênfase inicial nos personagens que lidavam com a o mundo das crianças. Esse aspecto serviu para que a revista consolidasse sua diferença em relação aos quadrinhos para crianças e sinalizassem para o leitor um tipo diferenciado de produto. Ao mesmo tempo ela estava lidando, através da intertextualidade, com fortes memórias em seus leitores, uma vez



que Johnny Fartpants era bastante parecido com Denis the Menace, um dos mais famosos personagens infantis dos quadrinhos ingleses *Beano* e *Dandy* (Clarke, 1991).

Nesse mesmo período a revista aumentou a quantidade de textos semelhantes aos encontrados nos jornais e revistas direcionados para o público adulto. Assuntos e artistas tratados pela mídia eram alvo freqüentes de paródias e brincadeiras nas suas páginas. Neste momento, a revista estava indicando um novo estilo que se direcionava cada vez mais para o diálogo com produtos apenas acessíveis aos adultos. A construção da identidade de *Viz* como um produto direcionado para esse novo mercado se tornava vital para sua sobrevivência uma vez que ela estava ampliando cada vez mais a sua audiência. A ênfase que era dada ao diálogo com a realidade das brincadeiras de crianças agora se volta para os produtos direcionados para a realidade dos adultos.

A tendência para se tornar uma revista direcionada para esse novo mercado se consolidou pela concentração de estórias que lidavam prioritariamente com a vida familiar e sexo. Depois do primeiro período, no qual *Viz* estruturou seu perfil através de paródias de personagens infantis, a fase seguinte será a paródia de produtos do mercado de consumo de adultos e personagens que lidam explicitamente com temáticas sexuais. Neste contexto ela teve que competir com publicações humorísticas tal como a *Private Eye* e os tablóides que também publicam quadrinhos de humor. Na realidade, a revista tendeu cada vez mais a utilizar referências tratadas nos tablóides como uma forma de estabelecer um vínculo direto com o universo cultural dos leitores, que cada vez mais tinha sua visão de realidade diretamente relacionada aos produtos oferecidos pela mídia.

Nesse contexto, *Viz* representou um novo tipo de produto no mercado britânico e identificou uma audiência para ele. A revista em quadrinho não era apenas mais uma revista em quadrinhos e sim uma mistura de quadrinhos, textos e paródias de produtos da mídia. Da mesma maneira, *Viz* conseguiu trabalhar com o limite entre o que seria uma publicação comercial e a uma revista alternativa. Em termos de formato, distribuição e posição no mercado ela podia ser considerada semelhante a qualquer outra revista, mas seu conteúdo não deixava dúvida que ela tratava de temas de uma forma bem diferente do que se encontrava comumente nas revistas tradicionais.

O movimento em direção a uma audiência maior e a competição direta com outros produtos provocou de forma definitiva a ênfase no tema sexual e a paródia de produtos da



mídia. Nesse contexto, as experiências cotidianas das ruas que lidavam diretamente com a cultura local deixaram de ser mostradas. A realidade passa a ser cada vez mais mediada pelo que os meios de comunicação elegem como prioridade. A revista, que tinha uma agenda clara de influência punk, passa a se utilizar de referências cada vez mais abstratas e mais gerais, capazes de se adaptarem às exigências do mercado. *Viz* torna-se então um protótipo inglês de um produto global semelhante à revista americana *Mad*.

Bibliografia

- BAKHTIN, Mikhail. *Rabelais and his world*. Indiana: Indiana University Press, 1984.
- CLARK, Laurel & Laurel, Alan. *Comics: uma história ilustrada da B.D.* Lisboa: Grupo Distri., 1991.
- DUNCOMBE, Stephen. *Notes from underground: zines and the politics of alternative Culture*. London: Verso, 1997.
- LAWLEY, Guy. *'I like hate and I hate everything else!': the influence of punk on comics*, in: Sabin, Roger (ed.) *Punk rock: so what?: the cultural legacy of Punk*. London: Routledge, 1999.
- SABIN, Roger. *Adult Comics: an introduction*. London: Routledge, 1993.